

УДК 316.422

**Соціальні стереотипи в реаліях сучасного суспільства**

О.В. КОЛІСНИК

Київський національний університет культури та мистецтв, м.Київ, Україна,  
E-mail: Olesya\_Kolesnik@yahoo.com**Авторське резюме**

У статті автор аналізує соціальний стереотип як стійке емоційно-образне оціночне уявлення про явища соціальної дійсності, яке в умовах сучасного інформаційного суспільства є одним з поширених та ефективних маніпулятивних політтехнологічних засобів впливу на соціум, трансформації соціальних ідентичностей, поширення міжособистісних, міжгрупових й інших форм нетерпимості, творення фантомного світу. Аналіз цього явища соціальної дійсності, механізмів запуску стійкого зв'язку між сприйняттям об'єктів під певними суб'єктивними аспектами і відповідною повторюваною поведінкою, є необхідністю й одним з вагомих реальних способів зменшення непередбачуваних соціальних ризиків та конфліктів. Зазначається, що соціальне стереотипне мислення більшою мірою ускладнює об'єктивне сприйняття дійсності, пропонуючи натомість ілюзію реальності. Їх слід розпізнавати і усвідомлено відмовлятися від них на користь сприйняття дійсності в її неспотвореному і необмеженому соціальними стереотипами вигляді, що виходить за рамки звичних понять або суперечить їм. Проте, це явище соціальної дійсності амбівалентне й має не тільки негативні сторони. Позитивним проявом стереотипного мислення є те, що воно значно спрощує процеси пізнання і творчості, дозволяючи широко використовувати наявні знання, які є фактично складним комплексом стереотипів.

**Ключові слова:** соціальний стереотип, соціальна ідентифікація, настанови, соціальні конфлікти, інформаційне суспільство, соціалізація, нетерпимість.

**Social stereotypes in realities of modern society**

O.V. KOLISNYK

Kyiv national university of culture and arts, Kyiv, Ukraine, E-mail: Olesya\_Kolesnik@yahoo.com

**Abstract**

In the article the author analyzes the social stereotypes as a stable emotional image of the nowadays social reality. It is a kind of the common and effective ways to use the manipulation technology to impact on society. This kind of interaction could made a transformation of social identities, spreading different forms of

© О.В. Колісник, 2015

intolerance, creating phantom world. Making the analysis of this phenomenon of social reality is a real way to reduce social risks and unforeseen conflicts in society. It is noted that stereotypical thinking making perception of reality in some special way, offering of tern an illusion of reality, instead of an objective information. Subjects of social interactions should recognize and consciously abandon them in favor of perception of reality in its undistorted not limited form of social stereotypes that goes beyond the usual concepts or contradict them. However, this phenomenon is ambivalent and not only has a negative side. The positive expression of stereotypical thinking is that it simplifies the processes of learning and creativity, allowing extensive use of existing knowledge, which is actually a complex set of stereotypes.

**Keywords:** social stereotype, social identity, setting, social conflicts, information society, socialization, intolerance.

**Постановка проблеми.** Соціальний стереотип як стійке емоційно-образне оціночне уявлення в умовах сучасного суспільства є одним з поширених та ефективних маніпулятивних засобів впливу на соціум, трансформації соціальних ідентичностей, поширення міжособистісних, міжгрупових й інших форм нетерпимості, творення ілюзорного світу з метою уникнення необхідності розв'язувати реальні потреби конкретних людей. Аналіз цього явища соціальної дійсності, механізмів запуску стійкого зв'язку між сприйняттям об'єктів під певними суб'єктивними аспектами і відповідною повторюваною поведінкою, є необхідністю й одним з вагомих реальних способів зменшення непередбачуваних соціальних ризиків та конфліктів.

Дослідження соціальних стереотипів розкриває методи впливу на масову свідомість та поведінкові реакції людей, причини й мотиви корекції оціночних уявлень більшості заради інтересів меншості, тобто постає параметром розгляду й аналізу значущих процесів сучасного суспільства.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Дослідження соціальних стереотипів має свою передісторію. Так, вже у межах античної філософії (Парменід, Платон, Арістотель) дана проблема розкривається з позиції таких суміжних сутностей, як істина (правильність) та хиба, зокрема, зазначені мислителі починають виділяти хиби у людей, які виникають в процесі їхньої взаємодії. Платон у «Теететі» зазначає, що хиба може бути визначена як «хибна гадка», тобто висловлювання про те, чого не існує [2, с. 9]. Більш ґрунтовно вивчення людських хиб в європейській філософській традиції починається з XVII ст. Ф. Бекон розглядає хибу як забобони, «ідоли» розуму, Р. Декарт фактично намагався створити «психологію омани», шукаючи причини, які спонукають розум потрапляти в оману. За думкою філософа, зокрема, появи хибних суджень сприяє покладання на чуття, емоції, тобто нехтування розумом, а також семантичні причини, які пов'язані з використанням слів та їх значень [2, с. 122]. Ідея хиб знаходить своє продовження у представників класичного емпіризму (Дж. Локк, Дж. Берклі, Д. Юм), в новочасній раціоналістичній філософії Б. Спінози та Г. Ляйбніца, в просвітницькій філософії Е. Кондільяка й інших. Пра-

ці зазначених авторів підкреслюють той факт, що спочатку дослідження стереотипів обмежувалося пошуком відповідей на питання про ступінь істинності чи хибності знання про оточуючу реальність, яка опановується людиною.

Нове розуміння забобонів як спеціально нав'язаних людям інтерпретацій про них самих, оточуючі речі й події соціальної реальності був запропонований Ф. Ніцше. Певну спорідненість стереотипу з архетипом можна простежити у роботах К. Г. Юнга, в яких архетип так само, як і стереотип постає підґрунтям інтеракцій людей.

У західноєвропейському та американському соціо-філософському дискурсі проблема соціального стереотипу представлена різними науковими концепціями, які розробляють соціально-біхевіористські (У. Ліппман, Р. О'Хара), символічно-інтеракціоністські (Т. Шибутані, Б.К. Девіс), соціально-психологічні (Т. Адорно, М. Хоркхаймер) теорії в дослідженні стереотипів. Г. Теджфелом, Д. Майерсом й ін. дослідниками була проведена класифікація функцій соціальних стереотипів і виявлено, що стереотипи базуються на таких процесах, як виборча увага, оцінка, формування понять з їх подальшою категоризацією, застосування емоційності, пам'яті та схематизації у формуванні стереотипів.

У радянській науці до початку 60-х років термін «стереотип» не вживався, хоча проблема вивчення шаблонів поведінки людини ставилася. Тільки на початку 60-х років з'явився ряд робіт критичного змісту, в яких розглядалися проблеми стереотипізації та стереотипів. Тоді ж вперше були зроблені спроби дати визначення поняттю «стереотип». Так, відомі дослідники соціальних стереотипів як І.С. Кон, В.А. Ядов визначають у своїх роботах стереотип як «образ» або «набір якостей», що має досить примітивний або емоційний патерн уявлення про оточуючу дійсність, що характеризується неадекватністю у відображенні об'єктивних процесів реальності. Важливим моментом досліджень радянського періоду є розмежування Д.Н. Узнадзе та І.С. Коном стереотипу і настанови, як його психологічної основи.

Українські дослідники соціальних стереотипів більшою мірою акцентують увагу на

соціокультурних, гендерних, етнічних та національних аспектах проблеми (А.О. Ручка, В.Л. Арбеніна, В.В. Середа та інші). Так, А.О. Ручка розглядає стереотип з позиції соціокультурного підходу, вивчаючи конструювання образів «свого» та «чужого» в умовах мультикультурного соціуму. В.Л. Арбеніна досліджує міжетнічні інтеракції, які значною мірою залежать від стереотипного ставлення до етнічних спільнот, що має місце в масовій та індивідуальній свідомості. В.В. Середа аналізує стереотипи як складову національної ідентичності. Гендерні стереотипи і гендерні ролі досліджують в українській соціології І. Жеребкіна, Т. Виноградова та ін.

Зазначені автори наразі, як і їхні західні колеги, розглядають стереотип переважно комплексним утворенням, оцінюючи його зміст не тільки з негативної сторони. Дослідники підкреслюють такі функції стереотипу, як поширення і оброблення циркулюючої в соціумі інформації й певних моделей поведінки прийнятих в даному соціальному осередкові відносно конкретних ситуацій соціальної взаємодії.

**Мета дослідження** – проаналізувати вироблені в науці концепції соціальних стереотипів, визначити їх роль у пізнанні різних процесів інтерактивності людей у суспільстві та виявити сутність стереотипу, розкрити його функції і властивості.

**Виклад основного матеріалу.** Поняття «стереотипу» було введено в науковий обіг американським письменником та політичним оглядачем У. Ліппманом, який у своїй роботі «Громадська думка» (1922 р.) намагається визначити природу і функцію стереотипів у соціокультурному контексті [1]. Він відносить стереотипи до явищ, які були зумовлені не особистим досвідом представників соціуму, а наполегливо були передані від представників інших поколінь.

Особа просто не може будувати своє знання виключно на тому, що вона безпосередньо спостерігала. Її уявлення про світ спирається здебільшого на отримані ідеї. Стереотипи, говорить У. Ліппман, виникають в силу неминучої потреби в економії зусиль при накопиченні та поширенні інформації, через що стереотипізацію починають розглядати як необхідний і важливий когнітивний процес. Проте, виділення дослідником таких ознак стереотипів, як повторюваність, стійкість, редукційність та оцінюваність сприяли появі негативного образу соціального стереотипу й сформувавши прагнення до звільнення від стереотипів. Проблематичний статус закріплений за стереотипом як способом впливу на суспільну свідомість, його неминуча амбівалентність стали підґрунтям міждисциплінарного дискурсу навколо цієї проблеми. Проте, за період, що минув після виходу праці У. Ліппмана, так і не вдалося вийти

за межі позначених ним обмежувальних негативних характеристик соціальних стереотипів [1].

Соціальний стереотип, отже, є універсальним й ефективним методом розповсюдження інформації у сучасному соціумі через засоби мас-медіа та у процесі безпосередньої комунікації. Соціальні стереотипи також регулюють і спрямовують спільні форми діяльності людей у суспільстві.

Всебічне вивчення соціальних стереотипів пояснюється потребою в нейтралізації негативних наслідків стереотипізації мислення і подальших ризиків, які пов'язані з цими процесами, зокрема, усунення негативізму, нетерпимості у взаєминах та поведінці представників соціуму, а також протидії маніпулятивному використанню владними структурами стереотипів у суспільстві.

Велика частина стереотипів, які циркулюють у соціумі, залишається неусвідомленою людьми, й приймається ними як їхня власна позиція, їхні власні висновки. Суб'єкти соціальної взаємодії досить часто формують уявлення про речі не на основі власних спостережень та висновків, а на основі різних стереотипів, які популяризуються в суспільстві засобами масової інформації. Іноді ці стереотипи підтверджуються їх приватним досвідом, з чого вони роблять хибні висновки про їх правильність, керуючись у подальшому невірними узагальненнями. Стереотипи заміняють людям необхідність мислити, підміняють собою розуміння речей. У тій чи іншій мірі стереотипам піддаються всі люди, навіть ті, що відрізняються певною самостійністю мислення. Зазвичай вони вдаються до стереотипів у маловідомих або зовсім невідомих для них сферах оточуючої дійсності. Стан гібридної війни, в який наразі через соціополітичні та геополітичні фактори потрапила Україна, постає жорстким прикладом дії інформаційних паттернів, стереотипного мислення на мотивацію різних форм активності в складних умовах протистояння учасників конфлікту, в якому люди стають заручниками нав'язаних штампів, вважаючи їх власними.

Складність досліджуваної проблематики полягає в тому, що виділення елементів стереотипного мислення з подальшим їх аналізом вимагає від суб'єктів соціальної взаємодії постійної усвідомленості при виборі способів своєї соціальної презентації (вираження думок за допомогою мови, поведінки), контролю власних мисленнєвих процесів, з метою усунення з них деконструктивних штампів мислення, які нав'язуються інформаційним оточенням. Наслідком такої цілеспрямованої активності є, зокрема, розширення меж сприйняття дійсності й конструювання реальності не по поширених шаблонах гніву, страху, неприязні, а, навприклад, згідно з вимогами і потребами сучасного

громадянського суспільства. Безперечно, що не всі соціальні стереотипи деконструктивні й через це небезпечні. Якби у людей не формувалися стереотипи при отриманні певних зразків інформації, їм було б дуже складно існувати. Завдяки стереотипам представники одного соціуму, наприклад, мають уявлення про елементи соціокультурного буття представників іншого соціального осередку (англійська стриманість, український борщ, італійська емоційність, німецька пунктуальність і т. ін.), крім того, стереотипи допомагають у багатьох побутових ситуаціях. Але у всьому, що стосується більш складних речей, наприклад людської свідомості та взаємодії у суспільстві, соціальні стереотипи тільки заважають. Прагнення людей підганяти себе та інших під певні соціальні стереотипи руйнує врешті їм стосунки з оточуючими, спотворює їх сприйняття дійсності. Найчастіше учасники соціальної взаємодії судять про себе або про інших не по тому, хто вони є насправді, а за деякими існуючими стереотипами про ту спільноту людей, до якої вони себе (або інших) відносять. Зустрічаються випадки, коли особа навіть не намагається скласти про себе (або про інших) власну думку, а беззастережно приймає суспільний стереотип відносно себе.

Слід також зазначити, що сучасні маніпуляційні політтехнології управління масовою свідомістю населення країн формують ілюзорну реальність саме на основі вже існуючих стереотипів, доповнюючи їх новоствореними. Політтехнологам здається, що вони просто роблять свою роботу, впроваджуючи потрібні замовнику настанови в суспільство. Насправді все набагато серйозніше. Розрив між об'єктивною реальністю та світом створених фантомів, які породжені мас-медіа, більшість людей не помічає. Таким чином, технології інформаційної війни створюють на основі стереотипного мислення умови для виникнення спонтанних, ніким не контрольованих, пройнятих страхом і агресією громадських течій, які ведуть до крайніх форм соціальних ризиків та конфліктів.

Дослідники соціальних стереотипів проводять паралелі з таким близьким до нього терміном, як «стигматизація». Зазначені поняття розглядаються як споріднені, утім, стигматизація є наслідком сприйняття, класифікації та оцінки на основі стереотипів, тобто виступає складовою останніх. Стигматизація, на відміну від стереотипу, являє собою фіксацію негативних стереотипів у стійких виразах мови та емоційному прояві неприязні переважно до людей, а не соціальних явищ. Згідно з І. Гоффманом, стигматизація в соціальному сенсі означає тип відносин між негативною соціальною якістю і

стереотипним очікуваним ставленням до нього, що створює підстави до виникнення уяви «нездатності» ведення повноцінного соціального життя через позбавлення права на суспільне визнання [4].

**Висновки.** Таким чином, дослідження соціальних стереотипів дає підстави стверджувати, що інформаційне суспільство постає своєрідним механізмом, за допомогою якого в суспільстві передається і циркулює інформація й, одночасно, здійснюється контроль над поведінкою людини з метою впливу на громадську думку й подальшою стабілізацією або її дестабілізацією. Значною мірою це здійснюється на основі соціальних стереотипів мислення, які фактично визначають мораль, формують політичні, релігійні та світоглядні концепції. Як вже зазначалось, соціальні стереотипи, як і настанови, мотивують соціального суб'єкта до вибору стратегій соціальних типів інтеракцій, проте, безперечно, вони не є жорстким утворенням і можуть модифікуватись й трансформуватись за умови готовності до цього суспільства чи окремих його представників. Слід зазначити, проте, що руйнування чи зміна соціальних стереотипів є зазвичай дуже складним процесом.

Стереотип, що функціонує на основі очікування (настанов), а не обумовлює їх, акумулює деякий стандартизований колективний досвід, спрямовує через запропоноване ставлення інтерактивність особи (навчання, спілкування й т. ін.) у відповідних для суспільства чи окремих спільнот напрямках. Амбівалентність цього явища соціальної дійсності розкривається через те, що, з одного боку, інформаційні стереотипні паттерни значно спрощують процеси пізнання і творчості, дозволяючи широко використовувати наявні знання та навички, які представляють собою складний комплекс стереотипів, а з іншого боку це постає фактором обмеження можливостей пізнання нового, що виходить за рамки звичних понять або суперечить їм.

Стереотипізація зумовлює процеси соціальної ідентифікації сучасного соціуму, як, зокрема, й навпаки. Соціальні суб'єкти в процесі своїх інтеракцій сприймають і використовують стереотипи та соціальні настанови, починаючи з перших етапів соціалізації, що багато в чому визначає напрями формування їх самооцінок і способів соціальної ідентифікації. Отже, соціальне стереотипне мислення більшою мірою ускладнює об'єктивне сприйняття дійсності, пропонуючи натомість ілюзію реальності. Їх слід розпізнавати і усвідомлено відмовлятися від них на користь сприйняття дійсності в її неспотвореному і необмеженому стереотипами вигляді.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Липпман У. Общественное мнение [Текст] / У. Липпман; пер. с англ. Т.В. Барчунова, под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
2. Прокопов Д.Є. Інтерпретація хиби в європейській філософії XVII – середини XVIII ст.: Монографія [Текст] / Д.Є. Прокопов. – К.: Вид. ПАРАПАН, 2008. – 428 с.
3. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности [Текст] / В.А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975. – С. 89-105.
4. Goffman E. Stigma: Notes on the Management of the Spoiled Identity [Text] / E. Goffman. – Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1963. – 182 p.
5. Burke P.J. Identity theory [Text] / Peter J. Burke, Jan E. Stets. - Oxford; N.Y.: Oxford University Press, 2009. - 256 p.
6. Jenkins R. Social identity [Text] / Richard Jenkins. – L.; N.Y.: Routledge, 2008. – 246 p.
7. Perry J. Identity, Personal Identity, and the Self [Text] / J. Perry. – Indianapolis, Cambridge: Hacklett Publishing Company, 2002. - 264 p.

Стаття надійшла до редакції 22.05.2015

## REFERENCES:

1. Lippman W. Obschectvennoe mnenije (Public Opinion). Moskva: Inctitut Fonda «Obschectvennoe mnenije», 2004, 384 p.
2. Prokopov D.E. Interpretazija hyby v evropejskij filosofii XVII- cer. XVIII st. (Interpretation of error in the European philosophy XVII - XVIII centuries). Kyiv: Vud. PARAPAN, 2008, 428 p.
3. Jadov V.A. O dispozicionnoj reguljacji cosialnogo povedenija lichnosti (About dispositional regulation of social behavior of the individual's) // Metodologicheskiye problem socialnoj politiki. Moskva, 1975, P. 89-105.
4. Goffman E. Stigma: Notes on the Management of the Spoiled Identity. N.J., Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1963, 182 p.
5. Identity theory. Oxford; New York: Oxford University Press, 2009, 256 p.
6. Jenkins R. Social identity. London; New York: Routledge, 2008, 246 p.
7. Perry J. Identity, Personal Identity, and the Self. Cambridge: Hacklett Publishing Company, 2002, 264 p.

**Колісник Олександра Володимирівна** - доктор філософських наук, професор  
Київський національний університет культури та мистецтв  
Адреса: 01601, Київ, вул. Щорса, 36  
E-mail: Olesya\_Kolesnik@yahoo.com

**Kolisnyk Oleksandra Volodymyrivna** – doctor of philosophical sciences, Full Prof.  
Kyiv national university of culture and arts  
Address: 36, Schorsa Str., Kyiv, 01601, Ukraine  
E-mail: Olesya\_Kolesnik@yahoo.com